



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**MÍDIAS SOCIAIS: AS BARREIRAS PARA CONSTRUÇÃO DE UM
ESPAÇO PÚBLICO**

CLARISSA PEREIRA COGO

Rio de Janeiro

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**MÍDIAS SOCIAIS: AS BARREIRAS PARA CONSTRUÇÃO DE UM ESPAÇO
PÚBLICO**

Clarissa Pereira Cogo

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Jornalismo.

Orientador: Profa. Dra Maria Helena Rego Junqueira

Rio de Janeiro
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Mídias Sociais: As Barreiras para Construção de um Espaço Público**, elaborada por Clarissa Pereira Cogo.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Rego Junqueira

Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação – UFRJ

Departamento de Comunicação – UFRJ

Prof. Dr. Marcio Tavares D'Amaral

Doutor em Letras (Ciência da Literatura) – UFRJ

Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Renzo Romano Taddei

Doutor em Antropologia pela Universidade de Columbia, NY

Departamento de Comunicação - UFRJ

Aprovada em:

Grau:

COGO, Clarissa Pereira.

Mídias Sociais: As Barreiras para Construção de um Espaço Público. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Rego Junqueira

COGO, Clarissa Pereira. **Mídias Sociais: As Barreiras para Construção de um Espaço Público**. Orientadora: Profa. Dra. Maria Helena Rego Junqueira. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2013. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este estudo pretende questionar a possibilidade de formação de um espaço público nas mídias sociais, tal como elas se apresentam hoje. A partir da análise das ideias, principalmente, de Zygmunt Bauman e Hannah Arendt, buscou-se pensar acerca das esferas pública e privada, bem como refletir não só sobre o comportamento dos internautas nestes canais de comunicação, mas também, sobre algumas características destas ferramentas. Com base nisso, traçou-se uma reflexão no que diz respeito à existência ou não de ação política nestes locais do ciberespaço. Passando, ainda, por aspectos relacionados ao discurso, e sem diminuir a importância das mídias sociais para o corpo social. Contudo, pensando que, hoje, talvez, ainda seja imaturo classificá-las como sendo da ordem da esfera pública.

Palavras-chaves: Espaço Público, Esfera Privada, Política, Ação, Mídias Sociais.

DEDICATÓRIA

Agradeço à orientadora Maria Helena Junqueira, por ter apoiado a ideia que eu pretendi apresentar neste trabalho de final de conclusão de curso, por sua disponibilidade e flexibilidade para auxiliar na orientação e contribuir para a construção deste estudo.

Agradeço a minha família por ter me apoiado no sonho que se realiza agora de me formar em jornalismo na UFRJ.

Agradeço a minha dinda, Helenice, por ser sempre uma inspiração acadêmica e intelectual para mim.

Agradeço à UFRJ por ter me possibilitado tantas oportunidades de crescimento nesses quatro anos de graduação.

Agradeço à professora Raquel Paiva pelas orientações que permitiram a formatação deste trabalho.

Agradeço aos meus professores do curso pela dedicação e comprometimento de sempre, em especial ao Márcio Tavares D'Amaral, à Ieda Tucherman, à Ilana Strozenberg, a própria Maria Helena Junqueira, ao Paulo Vaz, ao Renzo Taddei e ao Fernando Fragoso, que acrescentaram enormemente a minha formação teórica.

Para adaptar a ágora aos indivíduos livres e à sociedade livre, é preciso interromper ao mesmo tempo sua privatização e despolitização. É preciso restabelecer a tradução do privado para o público. É preciso retomar (na ágora e não apenas em seminários de filosofia) o discurso interrompido do bem comum – que torna a liberdade individual tanto factível como digna de luta.

Zygmunt Bauman

SUMÁRIO:

1. INTRODUÇÃO	8
2. O PÚBLICO E O PRIVADO NAS MÍDIAS SOCIAIS	13
2.1. A Vida Privada	13
2.2. O Público em Contexto	18
3. MÍDIAS SOCIAIS	25
3.1. A Transformação Espaço-Temporal	25
3.2. Mídias e Redes Sociais e a Democratização da Informação	28
3.3. Indivíduos e as Possibilidades das Mídias	33
4. MÍDIAS SOCIAIS E AÇÃO POLÍTICA	36
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

1. INTRODUÇÃO

A reflexão desenvolvida neste estudo busca discutir se há ou não presença de ação política nas mídias sociais e a consequente determinação delas como um possível espaço público. A ideia para discussão deste tema se deu sobretudo por uma percepção de que, por um lado, as mídias sociais possibilitam tentativas de mobilizações e “protestos” online. Contudo, por outro lado, observa-se ainda a dificuldade de tais iniciativas chegarem a ponto de serem consideradas ações políticas de fato, segundo as definições de autores que serviram como base para esta reflexão.

Não se descarta, entretanto, o caráter relevante dessas ferramentas quando usadas para reunir grupos de pessoas em torno de uma ação a acontecer no ambiente externo ao online. O que se apresenta é que o fato de as mídias sociais serem meios capazes de mobilizar a população não significa que ocorra ação política.

Para exemplificar, no caso da Primavera Árabe, é unânime que as mídias sociais tiveram papel essencial na divulgação e disseminação das revoltas que ocorreram no mundo árabe em 2011. Este estudo reconhece o significado destas novas ferramentas, mas busca refletir sobre o papel delas enquanto espaço público, ou seja, enquanto local da ação política. Como proposto por Muzammil M. Hussain, professor do Centro de Comunicação e Engajamento Civil da Universidade de Washington, a derrubada daqueles governos ditatoriais em 2011 não foi propiciada apenas pelas mídias sociais.

Neste caso, segundo Hussain, “as emissoras tiveram papel importante para dar voz ao movimento das ruas”.¹ Percebe-se então que as mídias sociais têm evidente a capacidade de mobilização, o que por si só não seria suficiente para causar uma revolução na realidade externa ao universo virtual. As pessoas não fizeram revoluções nas mídias sociais. Estas facilitaram a organização dos indivíduos para reuniões e ajuntamentos em uma esfera pública. Como expresso por Lino Bocchini, “Pelo menos por enquanto, uma mobilização na internet, por mais “likes” e “eu vou” no Facebook e retuítes que tenha, não irá mover montanhas” (BOCCHINI apud BRAMBILIA, 2012: 223).

¹ Entrevista do professor Muzammil M. Hussain dada à Folha Online.

Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/1011675-papel-das-redes-sociais-na-primavera-arabe-foi-superestimado-diz-professor.shtml>

Acesso em: 04/02/2013

O problema da percepção das mídias sociais como um possível espaço público se dá pelo fato de que tais canais de comunicação não possuem as características determinantes para constituição de tal esfera como as previstas por Hannah Arendt (2007). Nota-se que muitos usuários destas ferramentas de comunicação instantânea se envolvem em processos de “protestos” online, manifestações contra situações conjecturais da sociedade, críticas às estruturas vigentes, tentativas de reunião de indivíduos e lutas contra determinadas situações. Ocorre que a maioria dessas mobilizações promovidas pelas mídias sociais não extravasam o universo dos “shares”, “likes” e “coments” desses canais.

As hipóteses para esta problemática que se expõe de uma “impossibilidade” de formação de um espaço público nas mídias sociais ora se relacionam ao próprio mecanismo de funcionamento dessas ferramentas, que está ligado à dinâmica que agrupa velocidade, fugacidade e instantaneidade, bem como eliminação de espaço e tempo nos fluxos comunicacionais dessas ferramentas; ora se relacionam ao próprio contexto social e político em que estes canais de comunicação se inserem, recebendo estímulos de uma sociedade individualista e que sofre continuamente transformações das esferas pública e privada. Tais aspectos seriam, assim, determinantes para a construção de indivíduos que se mantêm centrados em suas vidas privadas, expondo-as por meio dessas ferramentas tecnológicas, de homens que não possuem contato face a face, logo não formam redes sociais que poderiam fortalecer o fator de percepção do bem-comum.

Desta forma, embora estas ferramentas possuam grande potencial de reunião de indivíduos em torno de objetivos comuns, muito daquilo que é manifestado nas mídias sociais não possui a possibilidade de se tornar ação política de fato, com efeitos transformadores da realidade fora do universo online. É verdade que essas plataformas permitem e fomentam o debate, enriquecem as discussões, mas apenas isto não determinaria estas como formadoras de um espaço público, visto que a ação política não se dá nelas.

A partir das reflexões das hipóteses apresentadas, o presente trabalho tem o objetivo de contribuir para a discussão sobre a existência da ação política nas mídias sociais. Como é ainda recente o impacto que elas causam, são muitas as indefinições destas ferramentas no que tange à política. É de conhecimento e percepção de todos que estes novos canais de comunicação têm trazido profundas modificações e transformações em diversos aspectos da sociedade. No entanto, ainda são pouco nítidas as consequências que

essas mudanças estão trazendo e ainda trarão para os indivíduos e para os homens em contexto público.

Este trabalho não busca classificar as mídias sociais como ferramentas que não têm utilidade política ou diminuir a importância que esses canais tiveram para diversos episódios históricos desde que se popularizaram. Ao contrário, o trabalho se propõe a refletir e tentar entender o porquê de se manifestar um desconforto em relação à efetividade que estas ferramentas podem ter no que diz respeito à ação política e por qual motivo, hoje, seria imaturo determiná-las como espaço público.

A partir deste objetivo, acredita-se que a reflexão proposta é relevante na medida em que as mídias sociais, cada vez mais populares, imprimem mudanças nos modos de os indivíduos e da sociedade se relacionarem. O questionamento aqui apresentado, embora seja muito breve para a dimensão da discussão que ele pode permitir, pretende provocar uma maior análise no que tange ao uso que se pode fazer das possibilidades que não só a internet abre, mas também as mídias sociais em termos de participação dos internautas a fim de que se construam meios para a ação política de fato. Tal tema se apresenta importante também, uma vez que vivemos um momento em que a internet e seus rumos passam por discussões em âmbito mundial, que envolvem mecanismos de controle, poder político e econômico, democracia e interesses financeiros atrelados a questões de países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

Para defender as ideias apresentadas, a metodologia utilizada foi a de uma reflexão teórica baseada em pesquisas bibliográficas. A argumentação se ancorou nas definições de ação, política e esfera pública e esfera privada, segundo teorias apresentadas por Hannah Arendt (2007), em “A Condição Humana”. Para tal análise, buscou-se sustentação, principalmente, nas ideias propostas por Zygmunt Bauman, em “Modernidade Líquida” (2001), “Vida Líquida” (2007) e “Em Busca da Política” (2000). Ainda, nas contextualizações e mudanças das esferas pública e privada, mais especificamente em relação às mídias sociais, a principal autora trabalhada foi Paula Sibilia, com “O Show do Eu” (2008). Dialogou-se também com as ideias propostas por Peter Sloterdijk referentes à reunião das massas, trabalhadas em “O Desprezo das Massas” (2002).

O ponto de partida para reflexão que se apresenta foi a análise da visão das mídias sociais como formadoras de um espaço público. Sendo assim, no primeiro capítulo, discute-se como o espaço público e o espaço privado se apresentam e se contextualizam no universo das mídias sociais. A primeira parte deste capítulo apresenta as transformações

destas duas esferas e o funcionamento da dicotomia público/privado nas mídias sociais. Trabalha-se a questão da individualidade como um fator que age em conformidade com a hipervalorização do EU, aspecto que está relacionado ao uso que muitos internautas fazem das ferramentas em questão. Em muitos casos, senão na maioria, o que está em jogo nos conteúdos disseminados na rede por estes canais são assuntos ligados à privacidade dos indivíduos.

Trabalha-se com a ideia de que uma vez invadidas por temas ligados à intimidade dos usuários e suas vidas pessoais, as mídias sociais já aparecem fragilizadas enquanto possíveis locais de construção do espaço público, tal como definido por Hannah Arendt (2007). Após uma breve explicitação da modificação desse paradigma que foi a vida privada, que se relaciona com questões político-econômicas inclusive, inicia-se a contextualização da transformação da esfera pública.

É no segundo tópico que se mostra como esta esfera pública se comportou no passado e se comporta na atualidade, com essa explosão da vida íntima dos indivíduos que extravasa para um domínio “público”. A partir daí, são apresentadas as diferenciações e características de cada esfera para o universo das mídias sociais. Estas se inserem em um mundo que na realidade já apresenta a fragmentação do espaço público como local de encontro e ação, também determinada por questões político-econômico-históricas. A esta conjuntura soma-se ainda o fato destas próprias ferramentas possuírem características que corroboram e fortalecem as propriedades do contexto em que se inserem.

Assim, uma vez definidos e especificados os espaços público e privado e as implicações que as modificações das duas esferas determinam, no segundo capítulo, parte-se para as características próprias das mídias sociais e os efeitos que a dinâmica própria desses canais tem sobre o modo dos indivíduos se comunicarem e relacionarem e quais possíveis consequências esses comportamentos têm quando pensados ao nível de constituição de um espaço público.

É neste capítulo que questões referentes à velocidade, instantaneidade e fugacidade são trabalhadas de modo a especificar os efeitos que tal dinâmica das mídias tem sobre as relações entre os indivíduos, a produção de informação e ao paradigma espaço-temporal. Defende-se, principalmente, que esses aspectos dessas ferramentas de comunicação contribuem para o desengajamento dos indivíduos, já que esses se percebem submersos sob uma quantidade de informações que não conseguem absorver, isolados e desmotivados para reuniões de lutas. A maioria pensa estar interagindo efetivamente por meio das

mediações tecnológicas, além de, talvez inconscientemente, desvalorizarem o espaço físico geográfico, já que este pode ser alcançado em um tempo curto e independente das fronteiras.

Por fim, no terceiro e último capítulo, apresenta-se a definição de ação e discurso como elementos fundamentais para que se exista política. Além disso, atrelados a estes dois fatores, mostra-se a necessidade de que ambos se realizem juntos de modo que o mesmo agente do ato seja o autor das palavras do discurso, tendo que revelar sua identidade para que a ação política se dê efetivamente.

Mostra-se, também, a necessidade das relações face a face e da presença de homens para que a ação ocorra com efeitos políticos efetivos. Dessa forma, trabalha-se com as ideias de poder e massa que, segundo Arendt (2007), são necessários para a união dos homens após o ato. Como a ação para ela se dá em conjunto com o discurso, achou-se pertinente discutir questões referentes ao discurso baseadas nas ideias de Foucault, trabalhando com aspectos como poder, liberdade e mecanismos de coerção.

2. O PÚBLICO E O PRIVADO NAS MÍDIAS SOCIAIS

Este capítulo busca apresentar o que significam esfera pública e esfera privada no contexto das mídias sociais.

Neste sentido cabe destacar que os conteúdos compartilhados nas mídias se diferem de acordo com o papel social representado pelo indivíduo em diferentes momentos. No entanto, é notória a percepção de que os perfis sociais da rede são, em sua maioria, dominados por assuntos de caráter particular e pessoal da vida de seus usuários.

Sendo assim, ao assumirem o papel de expor pessoalidades e particularidades, como as mídias se comportam na dicotomia público/privado? Esse tipo de utilização estaria acarretando prejuízos para as possibilidades que a grande rede de internet abre? O que está em jogo quando a popularização dessas mídias se dá, principalmente, pela possibilidade que se tem de publicizar a vida privada?

O que está ocorrendo não é simplesmente outra renegociação da fronteira notoriamente móvel entre o privado e o público. O que parece estar em jogo é uma redefinição da esfera pública como um palco em que dramas privados são encenados, publicamente expostos e publicamente assistidos. (BAUMAN, 2001: 83)

2.1. A Vida Privada

Caso os usuários de mídias sociais, como Facebook, Google Plus, Instagram, Youtube, entre outras participassem de uma pesquisa que questionasse o nível de privacidade dos conteúdos compartilhados nesses espaços, como a maioria qualificaria o que se publica na rede? Possivelmente, a maioria dos entrevistados não saberia definir o que seria ou não do âmbito privado.

Segundo o dicionário Aurélio², privado é “aquilo de cunho particular, o que não é função pública; o que diz respeito ao indivíduo, a sua intimidade familiar: vida privada”. Com o sucesso desses canais de interação e comunicação, no contexto da Web 2.0 - alguns já a classificam como 3.0 – a definição de privado aparece fragilizada, para não dizer aniquilada. Assuntos particulares dos indivíduos, intimidades, sentimentos e subjetividades

² Disponível em: <http://www.dicionarioaurelio.com/Privado.html>
Acesso em: 28/01/2013.

inundam as mídias em forma de relatos pessoais, desabafos, pedidos de ajuda e, até, exposição por imagens e vídeos, como acontece no Instagram e Youtube, mídias de compartilhamento nas quais o usuário publica conteúdos e os seguidores podem comentá-las e curtí-las. Neste caso, a privacidade não só é exposta pelo usuário, como também é avaliada por outros. Parece que a grande questão desses canais é a possibilidade que se tem de ser visto e ouvido por todos.

A partir deste cenário, surgem outras questões. O que de fato atrai tanto as pessoas para que elas exponham suas vidas na rede? Como fica a vida privada afinal, no momento em que os assuntos que dizem respeito ao indivíduo extravasam para o espaço público da internet? Neste caso, essa esfera pública, não como a descrita e caracterizada por Hannah Arendt (2007), aspecto que será tratado mais a frente, é vista como um local em que as informações trocadas se tornam, simplesmente, de conhecimento de muitos.

Vale lembrar que as mídias sociais são espaços em que os indivíduos podem desempenhar diferentes papéis sociais. Estes espaços aparecem como concentradores de usuários que, ora publicam conteúdos referentes a sua vida pessoal, desempenhando papéis de filhos, amigos, pais, ora compartilham informações referentes ao papel social que desempenham como profissionais, cidadãos, consumidores e, assim por diante. As mídias sociais são, portanto, além de canais de comunicação para difusão de informações, conteúdo, vídeos, imagens e opiniões, espaços que possibilitam ao indivíduo desempenhar diferentes perfis sociais.

No entanto, não é desde sempre que a esfera privada tem a visibilidade que tem hoje. Fatores histórico-econômico-culturais de séculos atrás determinaram a ascensão da esfera privada e a fragilização da esfera pública. Na Grécia Antiga, por exemplo, a vida privada era vista em segundo plano em detrimento do espaço público, que era pensado como o único local que possibilitaria o alcance da liberdade, desde que os homens soubessem separar suas intimidades e vidas íntimas do lar desta esfera política, porque, segundo Bauman “Só dentro da coletividade todo-poderosa o indivíduo poderia ser realmente livre – quer dizer, não ser escravo de suas paixões e desejos pré-humanos ou inumanos”. (BAUMAN, 2000: 78). Nesta época, o espaço público era tido como a coisa mais importante da sociedade, já que, conforme detalhado por Hannah Arendt (2007), em *A Condição Humana*, o pensamento grego colocava a existência da esfera da família apenas como decorrência da necessidade de sobrevivência da espécie de modo que o

indivíduo que preferisse ou desse maior relevância à esfera privada, estaria, portanto, privando-se da liberdade da esfera pública.

Em o Show do Eu, Paula Sibilia (2008) comenta a trajetória das esferas privada e pública, desde o século XVI até o contexto atual, como sendo uma trajetória de total fragmentação desses dois espaços. Segundo a autora, a consolidação da esfera privada se deu mais fortemente a partir do século XIX determinada pelas consequências político-econômicas do capitalismo industrial que propiciaram novas configurações familiares, como a instituição das famílias burguesas, a separação entre espaço-tempo do trabalho e da vida doméstica, além do surgimento de ideais como conforto e intimidade. É nesse contexto de importância aos assuntos íntimos que cresceu a valorização *do que se é*, ou seja, da personalidade e subjetividade dos indivíduos, enquanto a questão *do que se faz*, que se refere à ação e, portanto, ao espaço público, foi colocada em segundo plano (SIBILIA, 2008).

No contexto do século XIX, de valorização das singularidades do indivíduo, o espaço público não só perdeu sua força devido à valorização do espaço privado, como também a liberdade passou a não ser mais um ideal que podia ser atingido por meio da vida política. Neste momento, os indivíduos passam a perceber a liberdade como um caminho para a realização pessoal, relacionando-se, portanto, às particularidades dos homens e não mais ao sentido de bem comum. De acordo com Hannah Arendt (2007), quando as atividades humanas se transferiram para a esfera privada e ocorreu um ajustamento das relações humanas, conforme os moldes familiares, as questões que antes se limitavam ao ambiente do lar doméstico passaram a ser de interesse coletivo.

Desse modo, na Modernidade, as duas esferas passaram a recair uma sobre a outra. A partir daí, a antiga divisão entre privado e político, cujas fronteiras eram muito bem delimitadas na época da Antiguidade romana e das Ágoras gregas, diluiu-se e seus significados e importância se alteraram para os indivíduos. Como colocado por Bauman, o crescimento da liberdade individual atrelado ao enfraquecimento coletivo representa a destruição das pontes entre as vidas pública e privada. (BAUMAN, 2000: 10)

Hoje, impulsionadas pelas tecnologias de comunicação e pelo avanço não só da internet, mas também de dispositivos móveis conectados em tempo real, as esferas privada e pública se confundem. Restringindo-se apenas à esfera privada, percebe-se que a privacidade não é mais valorizada, ao contrário, a percepção é de que o incomum são aqueles usuários da rede que não expõem suas vidas nas mídias sociais. Embora estas

sejam canais de importante e profunda interação entre os indivíduos, que permitem encurtamentos do tempo e do espaço, antes nunca imaginados, que possibilitam a reunião de vários internautas em torno de uma questão comum, facilitando reuniões online, entre outras coisas, elas, também, aparecem como fontes de informações íntimas e portas abertas, literalmente, para exposição da privacidade ao público. Como coloca Bauman, “é o privado que coloniza o espaço público, espremendo e expulsando o que quer que não possa ser expresso inteiramente, sem deixar resíduos, no vernáculo dos cuidados, angústias e iniciativas privadas” (BAUMAN, 2001: 49).

Essas novas reconfigurações de comunicação e a maneira como as esferas pública e privada se comportam no século XXI são difíceis de serem compreendidas e, ainda, é delicado e imprudente falar em determinadas consequências, mas elas já demonstram manifestações sobre novas definições de subjetividade e de espaço-tempo. Além disso, é muito clara a explosão de assuntos privados que, todos os dias, tornam-se de domínio público. Dessa forma, a internet poderia ter seu poder de transmissão de informações e conteúdos, bem como sua força para ajuntamentos prejudicada por esta valorização do *eu*?

No final do século passado, quando a internet dava seus primeiros sinais promissores como grande difusor de informações, já se ouvia sobre as possibilidades que esta ferramenta abria para o modelo de comunicação com o qual todos estavam acostumados, o *broadcasting*, cuja principal característica é a transmissão de conteúdo de *um emissor para muitos receptores*. Indiscutivelmente, a comunicação em rede, cujo principal elemento passa a ser a comunicação de *todos para todos*, abre infinitas possibilidades de invenção, trocas, contatos e experiências para a relação entre indivíduos.

Neste modelo do início da década de 90, todos podem ser autores, leitores, narradores e personagens. Por que não tudo ao mesmo tempo? O que se assiste hoje ao se navegar por mídias sociais são relatos em primeira pessoa e, muitas vezes, em tempo real como muito bem coloca Paula Sibilia:

Independente da quantidade de leitores ou espectadores que de fato consigam recrutar, os adeptos dos novos recursos da Web 2.0 costumam pensar que seu presunçoso EU tem o direito de possuir audiência, e a ela se dirigem como autores, narradores e protagonistas de tantos relatos, fotos, vídeos com tom intimista. Nos Estados Unidos, por exemplo, calcula-se que mais da metade dos jovens publicam seus dados biográficos e imagens na internet, sem nenhuma inquietude com relação à defesa da própria privacidade. (SIBILIA, 2008: 74).

A internet, enquanto potencial espaço público para a troca de experiências e discussões que visem ao bem comum vê-se, na maioria das vezes, tomada por assuntos privados que invadem os canais de comunicação que ela possui. Nesta “hipertrofia do EU”, como muito bem expressado por Sibilia (2008), observa-se um resgate do cotidiano, das mínimas tarefas da rotina de cada um em uma constante publicização do privado que acompanha a velocidade rápida e a eliminação dos espaços da internet. “Estende-se, assim, a colcha de retalhos de confissões multimídia, costurada com uma multidão de pequenos falatórios e imagens cotidianas, até cobrir todos os recantos do antigo âmbito público” (SIBILIA, 2008: 73).

O fato de que existe a invasão do espaço público pela esfera privada na própria sociedade não só é absorvida pelas mídias sociais, como também acaba por ser fomentada por alguns meios que estas ferramentas disponibilizam a seus usuários. O fato destes canais permitirem e destacarem locais para exposição de informações íntimas e imagens da vida privada é uma maneira de valorização dos temas privados, fator que não ocorreria em uma esfera pública tal como a apresentada por Arendt (2007), já que, por esta definição, as esferas pública e privada seriam totalmente separadas para a efetivação da ação política, o que, segundo a autora, perde-se com a Modernidade. Aliada a esta valorização do âmbito privado em detrimento do contexto público, existe a valorização do indivíduo, propiciada por um contexto que extravasa as fronteiras político-econômico-sociais, tendo sua causa em fatores que não vem ao caso serem discutidos ou apresentados neste trabalho.

Ocorre que tais comportamentos de publicização da vida íntima ganharam força nesses canais de comunicação da contemporaneidade com a possibilidade que as mídias sociais abriram para os usuários compartilharem imagens, diálogos e relatos do cotidiano que não possuem relevância para o bem comum, já que, por serem de caráter privado, apresentam-se sem significado em um contexto que poderia se propor de interesse público.

Quando se analisa o comportamento dos indivíduos na contemporaneidade, muito caracterizado pelo individualismo provocado pelo sistema capitalista, percebe-se que a maneira como os internautas usam as mídias para exporem suas vidas privadas está em conformidade com esta tendência que se tem de valorizar tudo que se relaciona ao *eu*. Em “Modernidade Líquida”, Bauman diz que, em tempos modernos, “a individualização é uma fatalidade, não uma escolha” (BAUMAN, 2001: 43), de modo que ficar de fora dos jogos da individualização não está previsto nas regras. Assim, como Sennett colocou que “Multidões de pessoas estão agora preocupadas, mais do que nunca, apenas com as

histórias de suas próprias vidas e com suas emoções particulares; esta preocupação tem demonstrado ser mais uma armadilha do que uma libertação” (SENNETT, 1998: 17). Dessa maneira, não é suficiente que o indivíduo *tenha* tais atitudes, determinados bens ou opiniões. Nas mídias, ele precisa *parecer* que as têm para assim *ser* algo e o meio para isso é a exposição da vida íntima, em uma demonstração objetiva de valorização dos indivíduos. Neste sentido, é o modelo de comunicação baseado na dinâmica de *todos para todos* que expande a visibilidade do indivíduo, dando possibilidades para a exibição pública e tornando o *eu*, que já esteve protegido na esfera privada, visível.

Para Bauman, a publicização de questões privadas assumiu um processo em que temas da esfera privada se tornaram de interesse público e este “interesse” se reduziu a “matar a curiosidade” de modo que “Tornar público o que quer que desperte ou possa despertar a curiosidade virou o cerne da ideia de uma coisa ‘ser do interesse público’” (BAUMAN, 2000: 71). Assim, a esfera pública se transforma em um local que apenas reúne problemas e aspectos privados dos indivíduos. Portanto, como pensar as mídias sociais em um âmbito político se, na maior parte do tempo, estes canais são espaços em que a exibição pública da privacidade termina ali mesmo, fugaz conforme prevê a dinâmica veloz e instantânea dessas ferramentas?

2.2. O Público em Contexto

Com a introdução do modelo de comunicação *todos para todos* a partir da internet, muitas foram as mídias sociais que passaram a receber as designações de espaços públicos. Este julgamento se baseia, muitas vezes, no fato destes canais permitirem um grande volume de informações e conteúdos, interações em tempo real, representarem o encurtamento de tempo e o desmantelamento das distâncias físicas. É verdade que temos casos em que o uso dessas mídias permitiu a coesão e união de indivíduos em torno de interesses comuns. Pode-se citar este uso na primeira vitória de Barak Obama para a presidência dos Estados Unidos e na candidatura do Deputado Estadual Marcelo Freixo à Prefeitura do Rio de Janeiro. Embora o segundo caso não tenha tido o sucesso das urnas como no primeiro, em ambos observam-se campanhas eleitorais que foram coordenadas e construídas em grande escala pelo uso das mídias sociais, principalmente, por meio do Facebook e Twitter.

Ainda existem exemplos de campanhas para arrecadação de doações a vítimas de tragédias naturais ou acidentes, como ocorreu na época dos deslizamentos da Região Serrana, no Estado do Rio de Janeiro. Como, também, utilizações marcadas por protestos disseminados globalmente, como ocorreu com a Primavera Árabe em que os indivíduos usaram estes canais para mostrar ao mundo o que estava ocorrendo em seus países. O que todos esses exemplos têm em comum é o fato de terem conseguido utilizar as possibilidades de reunião, interação, encurtamento das distâncias e alcance de opinião pública que a internet e as mídias sociais de compartilhamento oferecem. Fatores estes que permitiram que o uso dessas mídias tivesse “sucesso” nessas situações.

No entanto, esta utilização das mídias sociais, que teve sucesso na divulgação e união das pessoas em torno de objetivos comuns não é suficiente para classificar as mídias sociais como um espaço público, levando-se em conta as características previstas por Hannah Arendt (2007) para consolidação de uma esfera política. Segundo a autora, esta só existe mediante a interação física, em uma comunicação face a face, em torno de um bem comum, sem influências do espaço privado e baseada no discurso. Embora as mídias sociais apresentem um usuário ativo e participante na geração de conteúdo, este indivíduo, na maioria dos casos, não estabelece uma relação direta com outros, ou seja, essa interação ocorre mediada pela internet e por dispositivos tecnológicos.

Além disso, para Arendt (2007), a Modernidade acabou com a força da imortalidade e da permanência características da Polis grega e da República romana, locais de garantia contra as irrelevâncias fúteis da vida individual. Na Antiguidade, os homens entravam para a vida pública com um objetivo comum que fosse mais permanente do que a vida na terra. “Talvez o mais claro indício do desaparecimento da esfera pública na era moderna seja a quase completa perda de uma autêntica preocupação com a imortalidade, perda esta um tanto eclipsada pela perda simultânea da preocupação metafísica com a eternidade” (ARENDT, 2007: 65). Ora, se para ser integrante do espaço público é necessário pensar no conceito de permanência, tem-se outra justificativa para a não classificação das mídias como espaço político, já que uma das características delas é a instantaneidade. Tal aspecto é não só do modelo de comunicação proposto por elas, mas também determinante da Modernidade, como bem descrita por Bauman: “O espaço instantâneo e sem substância do mundo do software é também um tempo sem consequências. “Instantaneidade” significa a realização imediata, “no ato” – mas também

exaustão e desaparecimento de interesse [...] Há apenas momentos” (BAUMAN, 2001: 137).

Pode-se apresentar, ainda, uma ideia de Sennett que complementa este aspecto fugaz das mídias sociais, em que o autor propõe que “formas fugazes de associação são mais úteis para as pessoas que conexões de laços fortes” (SENNETT apud. BAUMAN, 2001: 171).

Desta maneira, ações como as exemplificadas acima, uma vez integrantes deste espaço momentâneo, não carregam consigo uma premissa de eternidade, referência para ações de um espaço público como aquele determinado por Hannah Arendt (2007). Uma das hipóteses lançadas por ela é a de que a imortalidade, um conceito do âmbito público, foi eclipsada pelo vício privado, ou seja, em uma esfera íntima, pela vaidade. Neste sentido, as mídias sociais, canais de demonstração de ênfase à estética e à aparência, corroboram a teoria de que a vaidade e, portanto, a privacidade, tomou conta de um espaço que antes era da imortalidade, logo, da política. Sendo assim, estes espaços de comunicação da web 2.0 fugiriam à classificação de esfera pública.

Pode-se desenvolver ainda que, para se construir uma esfera pública no mundo, segundo Arendt (2007), é necessário pensá-lo não somente para os vivos, mas também para gerações futuras. Apoderando-se de uma ideia de Bauman (2001), tem-se que muitas das reuniões e encontros proporcionados pela possibilidade de interação das mídias estão, na verdade, sendo determinados pela possibilidade do desencontro que, segundo o autor, é a característica da reunião de estranhos.

O encontro de estranhos é um evento sem passado. Frequentemente é também um evento sem futuro (o esperado é que não tenha futuro), uma história para “não ser continuada”, uma oportunidade única a ser consumada enquanto dure e no ato, sem adiantamento e sem deixar questões inacabadas para outra ocasião (BAUMAN, 2001: 111).

Desta forma, a construção de uma esfera pública atualmente por meio de ferramentas da internet que intrinsecamente trabalham com a possibilidade de desconexão e fragmentação das relações recém-criadas não seria possível.

Pensar nas mídias sociais hoje como esfera pública é prematuro, sobretudo devido ao modo como é feita a utilização destas ferramentas. Embora existam métodos para restringir informações a determinados grupos com os quais se está conectado, ainda assim, é difícil pensar em fronteiras que separam a vida privada e pública dos indivíduos. Comparando à antiga realidade grega, em que a capacidade de organização política do

indivíduo consistia em saber administrar a vida privada e a esfera pública, percebe-se no uso desses novos meios de comunicação uma linha muito tênue entre os limites dos assuntos privados e públicos compartilhados nesses canais.

Quando Hannah Arendt defende que público significa “tudo que pode ser visto e ouvido por todos e que tem a maior divulgação possível” (ARENDT, 2007: 59), parece que a comunicação das mídias sociais se enquadra nessa definição. Porém, a autora especifica que o assunto colocado na esfera pública precisa ser do interesse coletivo, porque

Toda vez que falamos de coisas que só podem ser experimentadas na privacidade ou na intimidade, trazemo-las para uma esfera na qual assumirão uma espécie de realidade que, a despeito de sua intensidade, elas jamais poderiam ter tido antes. A presença de outros que veem o que vemos e ouve o que ouvimos garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos. (ARENDT, 2007: 60)

Para Arendt (2007), portanto, o espaço público só deve receber questões relevantes, dignas de serem vistas e ouvidas por todos, já que esta esfera é incapaz de abrigar o irrelevante. Caso contrário, estes temas permanecem nas fronteiras do privado. Quando se pensa nos conteúdos que a maioria dos usuários das mídias sociais compartilha cotidianamente, eles se restringem à vida privada e esta possibilidade de ser visto e ouvido por todos, segundo a autora, acaba se transformando no desejo de se ser admirado publicamente, ou seja, no consumo de status, o que é da ordem da vaidade e, sobretudo, do âmbito privado.

Na mesma corrente de pensamento sobre a invasão do espaço público pelo privado, Bauman (2001) diz que o interesse público foi reduzido apenas à curiosidade sobre vidas privadas de figuras públicas e a vida pública é reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissão de sentimentos privados. O autor afirma que o espaço privado colonizou a esfera pública:

Não é mais verdade que o “público” tente colonizar o “privado”. O que se dá é o contrário: é o privado que coloniza o espaço público, espremendo e expulsando o que quer que não possa ser expresso inteiramente, sem deixar resíduos, no vernáculo dos cuidados, angústias e iniciativas privadas [...] Para o indivíduo, o espaço público não é muito mais que uma tela gigante em que as aflições privadas são projetadas sem cessar, sem deixarem de ser privadas ou adquirirem novas qualidades coletivas no processo da ampliação: o espaço público é onde se faz a confissão dos segredos e intimidades privadas (BAUMAN, 2001: 49).

A partir desta análise de invasão da esfera pública por assuntos do âmbito privado e a reflexão de como operam hoje as mídias sociais, é possível estabelecer um paralelo de modo que se perceba que estes canais de comunicação se tornaram caminhos pelos quais se pode divulgar a vida íntima. E este processo se dá por uma via de mão dupla, já que se tornou de interesse coletivo aquilo que acontece na privacidade dos indivíduos de maneira que nesta troca de informações da intimidade, os usuários não só se sentem atraídos por conhecer o que se passa na vida dos outros, como também se torna necessária a participação desta publicização. Os indivíduos se sentem encorajados a divulgarem também o que se passa em suas vidas privadas como muito bem expressado por Paula Sibilia (2008), em *O Show do Eu*, por meio da citação do romacista Jonathan Franzen:

Esses movimentos (alargamento desmesurado da privacidade e da intimidade do final do século XX e início do XXI) promovem a definitiva extinção daquele “homem público” que já havia sido gravemente acuado pela subjetividade burguesa do século XIX. É neste sentido que a privacidade estaria ameaçada hoje em dia, de acordo com a perspectiva do escritor... A intimidade perdera fatalmente o seu valor ao deixar de se definir por oposição àquele outro espaço onde deveria vigorar seu contrário: o não-íntimo, o lugar onde acontecem as trocas com os outros e a ação pública. Porém como ele próprio pergunta: “Quem tem tempo e energia para defender a esfera pública? Qual retórica poderá concorrer com o amor norte-americano pela intimidade?” (FRANZEN apud. SIBILIA, 2008: 74).

Como colocado por Franzen e trazendo para o universo das mídias sociais, quais usuários parariam para a reflexão de que este potencial espaço público se fragmenta com a publicização da vida íntima, uma vez que esses espaços são determinados pela rápida velocidade com que os conteúdos são compartilhados e informações são recebidas e, portanto, precisam ser decodificadas em um curto espaço de tempo?

Caso se analise a segunda definição dada por Arendt ao público, ainda assim, não seria possível enquadrar as mídias sociais nesta esfera. Conforme proposto pela autora, público “significa o próprio mundo, na medida em que é comum a todos” (ARENDT, 2007: 62). Desta maneira, a união entre os indivíduos se dá pela esfera pública. No entanto, Arendt coloca que a sociedade de massas perdeu o poder de manter os seres humanos juntos, de relacioná-los. Para justificar este processo de fragmentação, enfraquecimentos de laços e desengajamento pode-se usar uma ideia de Bauman sobre as facilidades, por meio do uso de softwares, que hoje possibilita estar em vários lugares ao mesmo tempo:

Como todas as partes do espaço podem ser atingidas no mesmo período de tempo (isto é, em “tempo nenhum”), nenhuma parte do espaço é privilegiada, nenhuma tem um “valor especial”; Se todas as partes do espaço podem ser alcançadas a qualquer momento, não há razão para alcançar qualquer uma delas num dado momento e nem tampouco razão para se preocupar em garantir o direito de acesso a qualquer uma delas. (BAUMAN, 2001: 137).

A partir desta reflexão, as mídias sociais não só não poderiam ser classificadas como do âmbito público, no sentido político, já que não apresentam indivíduos unidos, porque as reuniões que ocorrem são pontuais, como também poderiam ser consideradas vetores deste enfraquecimento da esfera pública, uma vez que contribuem para a sensação de se poder estar em todos os lugares ao mesmo tempo. Se, por um lado, elas possibilitam uma maior interação entre pessoas de qualquer lugar do globo, por outro, elas permitem que os indivíduos se acomodem com a possibilidade de sempre poderem estar em qualquer lugar se assim o desejarem.

Em “Vida Líquida”, Bauman (2005) coloca em questão a possibilidade do espaço público voltar a ser local de engajamento, ao invés de encontros passageiros. Para tal, o autor encontra dois caminhos. Se for para se tornar uma esfera pública moldada pelas instituições do Estado-nação como se conhece, ele vê a inviabilidade deste espaço público para questões de “política com P maiúsculo”, visto que estas instituições possuem uma essência local, o que não seria suficiente para administrar os problemas de amplitude global que se tem hoje na modernidade.

Mas não é com otimismo que o autor enxerga a possibilidade dos indivíduos reabitarem um espaço público.

As perspectivas de que os atores individualizantes sejam “reacomodados” no corpo republicano dos cidadãos são nebulosas. O que os leva a aventurar-se no palco público não é tanto a busca de causas comuns e de meios de negociar o sentido do bem comum e dos princípios da vida em comum quanto a necessidade desesperada de “fazer parte da rede” (BAUMAN, 2001: 46).

Com esta passagem, pode-se refletir sobre a forma como os indivíduos percebem as mídias sociais quando se propõe a utilizá-las. Muito provavelmente, a maioria dos usuários destes canais de comunicação não se insere nestas teias de informações e publicização com o objetivo de participar ativamente de grupos que buscam promover ação política. Tal questão se enquadra muito bem na ideia de Bauman (2001) de que os homens têm a “necessidade desesperada de ‘fazer parte da rede’” (BAUMAN, 2001: 46).

Em “A Modernidade Líquida”, Bauman vê a política da seguinte maneira hoje: “A política hoje se tornou um cabo-de-guerra entre a velocidade com que o capital pode se mover e as capacidades cada vez mais lentas dos poderes locais, e são as instituições locais que com mais frequência se lançam numa batalha que não podem vencer” (BAUMAN, 2001: 172). Porém, Bauman vê a possibilidade de renascimento de uma esfera pública caso ela seja construída sob aspectos planetários de modo que todos os indivíduos pensem como parte do mesmo globo, sem utilizarem refúgios privados. Neste sentido, as mídias sociais se apresentam de duas formas. De um lado, elas são vistas como espaços que não podem ser definidos como locais, visto que estes canais possuem alcance e abrangência geográfica planetária quando isto é possibilitado pela tecnologia e são livres da administração direta do Estado, enquadrando-se, então, como potencial espaço público pela condição apresentada por Bauman (2007).

De outro, porém, os indivíduos fazem uso destes meios de comunicação de forma a colocar a público questões da vida privada, fazendo com que estes canais se tornem recintos privados, que guardam detalhes e informações íntimas de seus usuários. Neste caso, elas não se enquadram nas condições previstas pelo autor, mesmo que tenham o potencial de reunir e discutir problemas em uma ordem planetária, de modo quase que instantâneo e interativo. Segundo Bauman, esta invasão de privacidade no território público provoca o esvaziamento deste de forma que

Assim o espaço público está cada vez mais vazio de questões públicas. Ele deixa de desempenhar sua antiga função de lugar de encontro e diálogo sobre problemas privados e questões públicas. Na ponta da corda que sofre as pressões individualizantes, os indivíduos estão sendo, gradual mas consistentemente, despidos da armadura protetora da cidadania e expropriados de suas capacidades e interesses de cidadãos (BAUMAN, 2001: 50).

Cabe, neste momento, tentar entender melhor de que maneira se corporificam as mídias sociais no cotidiano dos indivíduos e como esses são levados a se comportarem nestas ferramentas de comunicação que possuem dinâmicas de espaço, velocidade e tempo próprios.

3. MÍDIAS SOCIAIS

Este capítulo pretende contextualizar a aplicação das mídias sociais e como elas se relacionam com a realidade fora delas, tendo em vista que é por meio do processo de trocas das informações e conteúdos e do uso facilitado da internet que surge uma nova forma de interação entre os indivíduos, bem como uma redefinição do espaço e do tempo. Estas novas reconfigurações têm provocado consequências no que diz respeito ao processo de comunicação, à difusão de informações e aos efeitos que elas têm para os homens e para sociedade em que eles se inserem. A possível classificação, que se trabalha neste estudo, das mídias sociais em uma definição de “pseudo esfera pública”, dar-se-ia por condições determinadas por características próprias da internet, meio no qual elas se inserem.

A nova instantaneidade do tempo muda radicalmente a modalidade do convívio humano – e mais conspicuamente o modo como os humanos cuidam (ou não cuidam, se for o caso) de seus afazeres coletivos, ou antes, o modo como transformam (ou não transformam, se for o caso) certas questões em questões coletivas. (BAUMAN, 2001: 147)

3.1. A Transformação Espaço-Temporal

A partir da revolução digital, observa-se uma profunda mudança no paradigma espaço-temporal para aqueles que têm acesso às facilidades comunicacionais permitidas pela internet em parceria com os dispositivos móveis. A revolução WiFi e a expansão da internet móvel, com a redução do tamanho dos computadores e aparelhos com conectividade permitiram o aumento da mobilidade dos internautas, provocando alterações nas dinâmicas de espaço e tempo não observadas antes da década de 90, quando ainda prevalecia o modelo de *broadcasting*.

Se o século XX foi o século da conquista do ar e do espaço, eu penso que o século XXI deveria se questionar não somente sobre as nanotecnologias, mas, também, sobre as nanocronologias, isto é, sobre o tempo infinitesimal, sobre a conquista do “infinitamente pequeno do tempo”. (VIRILLIO, 2012)³

³ Entrevista de Paul Virillio ao veículo Diário da Liberdade, 2011. Disponível em: http://www.diarioliberalidade.org/index.php?option=com_content&view=article&id=16682:entrevista-ao-filosofo-frances-paul-virilio&catid=99:batalha-de-ideias&Itemid=113. Acesso em: 04/02/2013.

No âmbito da sociabilidade e das possibilidades de comunicação, significa que esta nova forma de interação e posicionamento social dos indivíduos liberou o homem das limitações espaço-temporais para discussões e reflexões coletivas. Indivíduos com gostos semelhantes podem se aglutinar em comunidades virtuais e, nelas, trabalhar com os princípios de compartilhamento e cooperação, mesmo que não estejam próximos geograficamente. Este fenômeno de desterritorialização permite que comunidades antes regionais assumam caráter mundial.

Porém, conforme colocado por Bauman (2001), este processo de desterritorialização acaba sendo impulsionado pela aceleração do tempo, que permite que indivíduos estejam em qualquer lugar do globo e tenham acesso a qualquer conteúdo do ciberespaço em um intervalo de tempo quase instantâneo. Este aspecto traria a impossibilidade de projetos realizáveis em longo prazo, visto que, para o autor, a exigência prévia de realizações “no ato” da era da instantaneidade leva à exaustão e ao desaparecimento de interesse pelos indivíduos.

O “longo prazo” ainda que continue a ser mencionado, por hábito, é uma concha vazia sem significado; se o infinito, como tempo, é instantâneo, para ser usado no ato e descartado imediatamente, então “mais tempo” adiciona pouco ao que o momento já ofereceu. Não se ganha muito com considerações de “longo prazo” [...] A modernidade “fluida” não tem função para a duração eterna. O “curto prazo” substituiu o “longo prazo” e fez da instantaneidade seu ideal último. [...] a modernidade fluida dissolve – obscurece e desvaloriza – sua duração. (BAUMAN, 2001: 145)

Apropriando-se desta análise para se refletir sobre as mídias sociais, o que seriam estes canais senão ferramentas que captam o efêmero? Neste sentido, as mídias sociais podem ser consideradas meios para que sejam realizadas ações que requerem o longo prazo? Esta velocidade impressa em todas as trocas que acontecem nesses ambientes virtuais, ainda, não estaria provocando uma banalização do espaço físico como território de lutas, uma vez que se pode estar em qualquer lugar em questões de segundos?

Não é comum observar propagações de “protestos” ou mobilizações para causas, que duram apenas dias ou horas até que outro assunto assuma o local desses. O que ocorre é que a maioria desses temas não conseguem espaços para se aprofundarem. Conforme colocado por Paula Sibilia (2008), “a relação com a eternidade também é outra nos relatos que circulam pelo ciberespaço, pois estes não pretendem atingir uma imortalidade no tempo, mas uma celebridade no instante” (SIBILIA, 2008: 142). A internet nasceu para

promover o encurtamento do tempo e das distâncias espaciais com intuito de facilitar contatos e interação entre os indivíduos. Avalia-se que, mesmo que se tentasse fazer com que assuntos e causas ganhassem mais tempo para serem aprofundados e debatidos nas mídias sociais, provavelmente, esbarrar-se-ia em uma tentativa frustrada, já que a dinâmica do ciberespaço não se propõe a isso.

Porém, como defende Bauman (2001), esta instantaneidade do tempo característica das relações da contemporaneidade e, portanto, das mídias sociais que nela se inserem, levam a uma desvalorização do espaço. A partir do momento em que o tempo fugaz permite que o indivíduo esteja em qualquer lugar do mundo se assim desejar, isso provoca uma desvalorização, ou poder-se-ia dizer banalização do espaço, que pode ser atingido sem maiores esforços, já que, virtualmente, eles estão sempre disponíveis. Neste sentido, ele diz que

No universo do software, da viagem à velocidade da luz, o espaço pode ser atravessado, literalmente, em “tempo nenhum”; cancela-se a diferença entre “longe” e “aqui”. O espaço não impõe mais limites à ação e seus efeitos, conta pouco, ou nem conta. Perdeu seu “valor estratégico”, diriam os especialistas militares. (BAUMAN, 2001: 136)

Seguindo este raciocínio, Bauman cita Simmel, o qual, por sua vez, acredita que “valores são valiosos na medida em que devem ser conquistados “pela superação de outros valores; é o “desvio da busca por certas coisas” que no faz “vê-las como valiosas”.” (SIMMEL apud BAUMAN, 2001: 136). Desta maneira, entende-se que, se no contexto das mídias sociais não há esforço que precise ser feito para que se chegue a algum lugar, os espaços se esvaziam, uma vez que “o tempo não é mais o ‘desvio da busca’ e, assim, não mais confere valor ao espaço. A ‘quase-instantaneidade’ do tempo do software anuncia a desvalorização do espaço.” (BAUMAN, 2001: 137)

Ainda no que diz respeito ao caráter instantâneo e fugaz do que acontece no ciberespaço, tem-se que, como colocado por Bauman (2007) em “Vida Líquida”, na sociedade de hoje, as “condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir” (BAUMAN, 2000: 7). Assim, uma vez que as mídias sociais se inserem neste contexto, não diferentemente, elas trabalham segundo estes mesmos princípios de forma que aquilo que se troca nestes canais não tem tempo para se solidificar fora das telas dos computadores e dispositivos móveis.

Definidos como se comportam o espaço e o tempo nas mídias sociais, parte-se agora para a contextualização das interações entre os indivíduos neste contexto.

3.2 Mídias e Redes Sociais e a Democratização da Informação

Na contemporaneidade, com a inserção das tecnologias digitais e o crescimento do alcance da internet aos dispositivos móveis, o espaço virtual se configura como um ciberespaço de compartilhamento não só de músicas, vídeos e fotos, mas também de conhecimento, experiências pessoais, costumes, valores e visões políticas. A internet propiciou o surgimento de um novo local de produção de informação, baseada num modelo comunicacional em que conteúdos são passados de *todos para todos*.

A popularização da internet fez surgir não só os canais de produção de conteúdo, como blogs pessoais e de figuras da opinião pública, mas também os canais online das empresas que já possuíam veículo impresso, além das mídias sociais, objeto de análise desse estudo, como Twitter, Facebook, Instagram, Google Plus, entre outros. Tais ferramentas evidenciam novos processos de interação, aproximação e integração entre pessoas, seja pelo compartilhamento de ideias em caracteres reduzidos, imagens, ou textos opinativos.

Logo, a apropriação social-midiática dessas tecnologias digitais, pelos indivíduos, inaugurou um novo modelo comunicacional em oposição ao utilizado pelas mídias convencionais, como rádio, televisão e jornal. Enquanto estes últimos se baseiam em uma comunicação estruturada na transmissão da informação de *um para todos*, a Internet permitiu a difusão de mensagens na direção de *todos para todos*. Então, percebe-se a incorporação de novos papéis pelas figuras do emissor e do receptor, como já tratado no capítulo anterior, de modo que ambos podem receber e produzir conteúdos.

A partir da popularização das mídias sociais, canais de comunicação que concentram diversos papéis sociais de um mesmo indivíduo em um único local, inicia-se um debate sobre a designação de *redes sociais* que se deu a elas. Segundo Renato Targa (2012), em seu artigo “Redes e Comunidades”, ao citar Michael Wu, o autor apresenta sua visão de que as redes sociais existem fora do contexto online de forma que as interações que ocorrem entre estranhos nas mídias sociais se dão, porque as pessoas fazem parte, na verdade, de comunidades online. O que ocorre hoje, segundo o autor é uma aglutinação dos laços e papéis sociais dos indivíduos em um mesmo espaço. Os usuários são pai, mãe,

filho, aluno, profissional, consumidor, namorado, marido, esposa tudo em uma mesma ferramenta. Além disso, nestas plataformas colaborativas, as relações dos usuários de mídias sociais ficam visíveis para todos os outros participantes com os quais se têm algum contato, fato que inaugura uma nova maneira do indivíduo lidar com suas redes sociais, já que agora elas estão expostas ao público.

Seguindo neste raciocínio e, ainda, se apropriando das ideias de Wu, Targa (2012) apresenta as diferenças entre comunidades e rede social. De acordo com o autor, as mídias sociais como Facebook, Twitter, Google Plus e Youtube funcionam para a criação de novos laços ou a manutenção de contatos que já existiam e a tendência é a de expansão da rede social do indivíduo. Nestes espaços o que acontece é a reunião de usuários com mesmos costumes, hobbies e profissões que estreitam relações motivadas por um interesse em comum, o que os caracterizam como comunidades online, visto que nestas trocas não é necessária a formação de relações interpessoais e, na maioria dos casos, as pessoas não se conhecem pessoalmente, não formando, portanto, uma rede social.

Por outro lado, quando se fala em redes sociais se trata de relações em que é preliminar a existência de uma troca interpessoal. Deste modo, os indivíduos se conhecem e estabelecem entre si uma rede social fazendo com que este laço se mostre mais forte: “É isso que ocorre nas redes sociais: as pessoas estão lá [...] Reforçando laços. E, na presença dos elos fortes, não há muito espaço para novos relacionamentos ou para os elos fracos” (TARGA apud BRAMBILIA, 2012: 22). Seguindo este raciocínio, tem-se que as trocas que acontecem nas mídias sociais podem até se tornar relações de elos fortes caso este relacionamento extravase o campo virtual dessas ferramentas e se dê no contato interpessoal entre os indivíduos.

Ainda nesta classificação de comunidades online, pode-se apresentar a ideia de Pierre Levy (1996) de constituição de grupos colaborativos no espaço da cibercultura. Para o autor, os internautas se reúnem agora em torno de interesses comuns e não dependem mais de um aspecto geográfico. Porém, Levy enxerga com otimismo a existência dessas comunidades que, segundo ele, embora sejam construídas sob um princípio de “não-presente”, elas estão “repletas de paixões e de projetos, e de conflitos e amizades” (LEVY, 1996: 20), o que ele vê como positivo para as trocas que podem ocorrer.

Além disso, o ciberespaço não se configura conforme as limitações físicas de um livro que pode até oferecer outras possibilidades de leitura caso o leitor vá à busca das indicações dadas. Na internet e, principalmente, nas mídias sociais, os conteúdos se

caracterizam pela predominância do *hipertexto*, o qual, segundo Levy, (1996) faz com que o indivíduo se confronte com uma diversidade que se determina por três fatores, essencialmente: “a natureza da reserva digital inicial, o programa de consulta e a do dispositivo de comunicação” (LEVY, 1996: 42). A leitura neste suporte digital, conforme defende o autor, permite novos tipos de leitura e escrita coletivas, nas quais o usuário pode encontrar um conteúdo acompanhado por imagens que o talvez o leve para um vídeo que tenha um link para uma matéria que, por sua vez, pode levar o leitor a outro portal.

A abordagem mais simples do hipertexto que, insisto, não exclui nem os sons, nem as imagens, é a de descrevê-lo, por oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede. O hipertexto seria constituído de nós (os elementos de informação, parágrafos, páginas, imagens, sequências musicais etc.) e de ligações entre esses nós (referências, notas, indicadores, “botões” que efetuam a passagem de um nó a outro). (LEVY, 1996: 44)

Esta dinâmica, considerada por muitos especialistas uma experiência viva por incitar nos usuários busca e curiosidade constantes, é ainda impulsionada pela velocidade deste contexto. Enquanto um indivíduo lê uma notícia sobre algum fato, outro internauta já publicou na web um vídeo, um canal de notícias já fez um álbum com as fotos do ocorrido e, em uma mídia social, já criaram uma comunidade de apoio ou repúdio ao fato, que, em um curto espaço de tempo, pode alcançar milhares de *likes*, *coments* e *shares*. Levy defende que a leitura por meio das ferramentas disponíveis no ciberespaço se faz por meio de “uma coleção de informações multimodais disposta em rede para a navegação rápida e ‘intuitiva’”. (LEVY, 1996: 44)

As mídias sociais, principalmente, Facebook⁴ e Google Plus são canais de interação que permitem que os usuários publiquem fatos, anexem fotos, vídeos ou links para outros endereços da web ao mesmo tempo em que estes conteúdos vão sendo avaliados por um público, os seguidores que o perfil possui, comentados e compartilhados. Este processo de multiplicação e anexação de novas informações aos conteúdos não tem um limite e acontece a uma velocidade que, na maioria das vezes, dificulta o acompanhamento pelos internautas. Do mesmo modo funciona o twitter que, embora tenha a restrição do número

⁴ De acordo com estatísticas do IVC (Grupo de Mídia São Paulo), em dezembro de 2011, no que diz respeito a notícias/conteúdos auditados pelo IVC, o Facebook foi o canal pelo qual 77% dos internautas acessaram outro link. A porcentagem em janeiro do mesmo ano era de 10% (MÍDIAS DADO BRASIL2012, 2012: 663).

de caracteres, também permite ao usuário anexar links para outros portais, ou *retuitar* uma informação colocada na plataforma.

De fato, a internet contribuiu, sobretudo, para a difusão de informações e para produção de conteúdos, atrelada à ideia de que qualquer pessoa dispondo de um dispositivo conectado pode produzir material para esta rede, dando origem ao que Pierre Levy (1996) defende como sendo a formação de uma inteligência coletiva. A internet e as possibilidades que ela abre permitem que os indivíduos busquem canais e opiniões que mais têm a ver com seus pontos de vista e produzam conteúdo coletivamente.

O resultado desta dinâmica é a explosão de informações que está em consonância com o fluxo das mídias sociais de velocidade e fugacidade. Há os que defendem estas infinitas possibilidades de se buscar informações, porém, uma vez que tais ferramentas não permitem, na maioria das vezes, o aprofundamento de temas e discussões, já que as informações são colocadas de forma muito veloz, fomenta-se a proliferação de conteúdos que não precisam ser decodificados, visto que não produzem sentido por não, literalmente, fazerem sentido para o interesse público. Esta busca por informação e essa necessidade de se estar atualizado está de acordo com o que Bauman defende:

Acesso à “informação”(em sua maioria eletrônica) se tornou o direito humano mais zelosamente defendido e o aumento do bem-estar da população como um todo é hoje medido, entre outras coisas, pelo número de domicílios equipados com (invadidos por?) aparelhos de televisão. E aquilo sobre o que a informação mais informa é a fluidez do mundo habitado e a flexibilidade dos habitantes (BAUMAN, 2001: 178).

Tais características, portanto, contribuiriam para a fragilização dessas ferramentas como espaços públicos.

Enquanto ferramentas cuja dinâmica se baseia na velocidade e instantaneidade na propagação e difusão das informações, as mídias sociais não permitem que os indivíduos decodifiquem todo o volume de dados e conteúdos que lhes são passados. Assim, muito do que é disseminado nestes veículos acaba por se perder ou camuflar temas que verdadeiramente poderiam ser discutidos e pensados nestes espaços online com potencial de esferas públicas, ocupando um território que poderia estar sendo aproveitado para a política. O contexto das mídias sociais passaria a se tornar, então, um ambiente de fácil distração, focado na fruição por si só de imagens e vídeos que são compartilhados e, em algumas vezes, vistos como ação política por possuírem um caráter mobilizador. Assim, será que os internautas já possuem uma consciência capaz de fazer com que o uso desta

inteligência coletiva formada por esta imensurável quantidade de conteúdo se transforme em uma expansão da cidadania por meio de uma suposta democracia da informação que se apresenta neste contexto?

Neste sentido, indubitavelmente, não há como negar que o acesso a uma quantidade imensurável de informações foi possibilitado pela internet. Também é inegável que o modelo *todos para todos* aberto pela rede permitiu a democratização no que tange a produção de conteúdo. Entretanto, é necessário ter parcimônia ao defender o ciberespaço como um modelo inovador e criativo que pode fazer o homem romper barreiras físicas em prol de uma coletividade, já que o acesso a essa rede depende de alguns outros fatores, até da ordem política-econômica para se tornar um espaço aberto a todos.

Traz-se esta ideia, visto que, dados estatísticos de acesso à internet ainda se concentram em determinadas regiões, no Brasil e no mundo, mesmo com a expansão das tecnologias móveis 3G e 4G⁵ e banda larga. Em 2011, o Brasil, com uma população estimada até então em 192.999,4 milhões, apresentava um cálculo de 76 milhões de usuários de internet, o que representa uma penetração de 37,4% na população e ainda vale destacar que o país, neste ano, estava em quinto lugar no ranking dos países com mais usuários do mundo, ficando atrás de China (1º), EUA (2º), Índia (3º) e Japão (4º) (MÍDIA DADOS BRASIL 2012, 2012: 647). Pode-se destacar também que, a China, país com maior número de internautas do mundo mantém políticas de bloqueio a sites e restrições de informações de alguns canais. A partir destes números, é possível falar na formação de uma cidadania por meio de uma democracia da informação em que o quinto país com maior número de usuários possui menos da metade da população conectada, ou, no caso da China, em que o Estado censura o meio de comunicação?

Ao aprofundar as estatísticas no Brasil, em janeiro de 2011, de um universo de 40.808 internautas, 35% destes estavam concentrados na grande São Paulo, enquanto 22%, na grande Rio de Janeiro (MÍDIA DADOS BRASIL 2012, 2012: 650). Neste dado, vê-se que a concentração de indivíduos com acesso à internet se dá, principalmente, nas duas metrópoles do país. Assim, falar da democracia da informação com o uso da internet

⁵ Estas tecnologias também podem ser chamadas de “terceira e quarta geração”. São tecnologias de transmissão de dados móvel de internet rápida com velocidade similar à banda larga (MÍDIA DADOS BRASIL 2012, 2012: 624).

requer uma reflexão das localidades que possuem a tecnologia para, a partir daí, avaliar se fazem parte de uma inteligência coletiva.

Ainda, segundo balanço do IBOPE Nielsen Online⁶, em setembro de 2012, o país possuía um universo de 50,9 milhões de usuários ativos, ou seja, que acessaram a internet pelo menos uma vez no mês em questão e tendo como base a rede domiciliar ou o trabalho. Em comparação com setembro de 2011, houve crescimento de 11,6% no acesso a mídias sociais e outras páginas com foco no conteúdo produzido pelos próprios usuários. Em agosto de 2012, no ranking de categorias mais visitadas aparecem os sites de busca e os portais e comunidades, que incluem as mídias sociais e blogs, com 46 milhões de visitas. Dessa forma, acredita-se que, como categoria mais visitada do ciberespaço, no caso brasileiro, as mídias sociais e outros portais de conteúdos produzidos pelos próprios usuários se tornam o principal meio pelo qual os internautas buscam e difundem informações, sendo, então, importantes no processo de democratização, no sentido de que todos, que têm acesso à tecnologia, podem criar conteúdos.

3.3 Indivíduos e as Possibilidades das Mídias

As características já discutidas acima que marcam as mídias sociais e os espaços nos quais elas se inserem, o ciberespaço, dividem as opiniões dos especialistas quanto aos benefícios e contras da internet e suas formas de utilização. Conforme colocado por Francisco Rudiger (2011) em seu artigo “A Reflexão Teórica em Cibercultura e a Atualidade da Polêmica sobre a Cultura de Massas”, existem dois grupos de críticos da cibercultura, os que fazem parte da *tecnofobia* e aqueles que se caracterizam como *tecnófilos*, nomeados assim pelo autor. No primeiro caso, Rudiger inclui os autores que acusam o fenômeno da Cibercultura, que, para ele, são acadêmicos e de formação humanista, em sua maioria, enquanto o segundo caso classifica aqueles estudiosos que defendem o fenômeno de compartilhamento de conteúdos, o modelo de comunicação aberto pela internet e as possibilidades de interação que existem; para Rudiger, então, estes são profissionais geralmente ligados à comunicação e à informática.

⁶ Dados do IBOPE Nielsen Online. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Sites-de-busca-portais-e-redes-sociais-foram-os-mais-acessados-no-ultimo-mes.aspx>; <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-brasileiros-com-acesso-a-internet-chega-a-83-milhoes-de-pessoas.aspx>. Acesso em: 04/02/2013.

O ponto de encontro de ambas as categorias é o de que a inserção desse novo modo de se comunicar e passar informações trouxe mudanças político-sociais para a sociedade e os indivíduos. Tanto o ciberespaço como um todo, quanto as mídias sociais se configuram como canais de comunicação repletos de projetos, ideias, opiniões, amizades, exibições do eu, ações coletivas e conteúdos colaborativos que assumem um caráter que facilita processos de evasão e distração, já que fica mais fácil para os usuários entrarem em um processo de fruição que não leva a uma reflexão.

Tais características destes espaços podem se enquadrar, portanto, na visão de Bauman (2001) de que o que se vê é uma patologia do espaço público em que se força sentido para um mundo destituído de significados estáveis e confiáveis, já que, na maioria das vezes, neste fluxo veloz e instantâneo de informações, as fontes se perdem e as informações se confundem. “É uma patologia do espaço público que resulta numa patologia da política: o esvaziamento e a decadência da arte do diálogo e da negociação, e a substituição do engajamento e mútuo comprometimento pelas técnicas do desvio e da atenção” (BAUMAN, 2001, p. 127).

Sendo assim, observa-se que o ciberespaço inunda, a todo momento, os internautas de conteúdos e interatividades, dificultando o processo de absorção e processamento do que é lido e visto, dificultando a apreensão.

No caso do Facebook, o usuário pode publicar conteúdo, visualizar o que foi postado por seus “amigos”, além de ter a possibilidade de “seguir” canais de difusão de informações, como jornais, revistas, blogs, personalidades e ainda conversar com outros usuários que estejam online pelo *chat*, até por uma videoconferência, se assim o desejar. Nesta máxima da interação, não é de se espantar que muitos indivíduos se percam diante de tantas possibilidades e tenham dificuldade em se aprofundar em determinados assuntos. Não sem razão, Bauman (2001) afirma que “viver em meio a chances aparentemente infinitas (ou pelo menos em meio a maior número de chances do que seria razoável experimentar) tem o gosto doce da ‘liberdade de se tornar qualquer um’”. (BAUMAN, 2001: 74).

Esta dinâmica está de acordo com a ideia apresentada por Rudiger (2012) de que com o desenvolvimento destes mecanismos de interação, os usuários veem o esquema *comunicador- mensagem-receptor* “caducar”, uma vez que os internautas se tornam “usuários interagentes de redes abertas e sem centro, nas quais ‘os sujeitos se tornam cada vez mais instáveis, múltiplos e difusos’”. (POSTER apud RUDIGER, 2012, p. 122)

Porém, apropriando-se de uma ideia de Bauman, pode ser que o fascínio dos usuários pelas mídias sociais se dê justamente por esta infinidade de opções, já que “Viver num mundo cheio de oportunidades – cada uma mais apetitosa e atraente que a anterior, cada uma “compensando a anterior, e preparando o terreno para a mudança para a seguinte” – é uma experiência divertida” (BAUMAN, 2001, p. 74). E é nesse contexto que a dinâmica da instantaneidade, ou como colocado por Paul Virillio (2011), na conquista do “infinitamente pequeno do tempo”, que as mídias sociais e seus conteúdos seguem seu fluxo veloz, já que “para que as possibilidades continuem infinitas, nenhuma deve ser capaz de petrificar-se em realidade para sempre” (BAUMAN, 2001, p. 74).

A partir das definições e delimitações dos espaços privado e público no contexto das mídias sociais, no primeiro capítulo, e da contextualização destas ferramentas neste, é importante tratar agora das possíveis fragilidades das mídias sociais e seus discursos no âmbito da ação política.

4. MÍDIAS SOCIAIS E AÇÃO POLÍTICA

O presente capítulo objetiva refletir a suposta impossibilidade de construção de um espaço público, no sentido político, definido por Hannah Arendt (2007), nas mídias sociais. Para tal, será contextualizado o conceito de ação política, segundo as definições da mesma autora, no universo do ciberespaço. Ainda, pretende-se discutir questões referentes ao discurso com base na leitura de “A Ordem do Discurso”, de Foucault (1998), além de trabalhar as possíveis consequências que as características dadas às mídias sociais têm para um posicionamento político ativo ou não dos indivíduos que interagem nestas comunidades online.

Se formulamos com menos frequência a tradicional pergunta “o que fazer?” com o estado atual das questões públicas no caso de o considerarmos insatisfatório e se a tendência é rapidamente descartá-la com a afirmação de que não há alternativa, isso não é tanto por falta de ideias quanto de agentes que possam levá-las adiante. A avaliação da viabilidade das ações e projetos é uma função da força relativa do agente e de seu adversário; e nas atuais circunstâncias a questão principal a ser formulada urgentemente e para a qual não se divisa uma resposta clara é: “Alguém é capaz de fazer o que é preciso fazer?” (BAUMAN, 2000: 104).

Para tratar desta “impossibilidade” de formação de um espaço público, no sentido da “política com P”, como expresso por Bauman (2001), nas mídias sociais, é necessário, inicialmente, contextualizar e definir ação política.

Segundo Hannah Arendt (2007), a ação é a única atividade humana que não pode ser pensada fora do contexto dos homens de modo que ela depende de uma constante presença destes. Para a autora, a ação se dá entre os homens sem a mediação de coisas ou matérias e corresponde à ação humana da pluralidade. Arendt (idem) defende, ainda, tal situação como sendo a condição de toda vida política, pois que sendo os homens diferentes entre si, necessitam, portanto, do discurso e da ação para se entenderem, uma vez que são as palavras e os atos que permitem aos homens a entrada no mundo humano, já que “homens que vivem e se movem e agem nesse mundo, só podem experimentar o significado das coisas por poderem falar e serem inteligíveis entre si e consigo mesmos” (ARENDT, 2007: 12). A manifestação dessas singularidades, então, se dá a outros homens e não a outros objetos ou coisas.

Através deles (discurso e ação), os homens podem distinguir-se, ao invés de permanecerem apenas diferentes; a ação e o discurso são os modos pelos quais os seres humanos se manifestam uns aos outros, não como

meros objetos físicos, mas enquanto homens. Esta manifestação, em contraposição à mera existência corpórea, depende da iniciativa da qual nenhum ser humano pode abster-se sem deixar de ser humano. Isto não ocorre com nenhuma outra atividade da *vida activa*. [...] Por outro lado, a vida sem discurso e sem ação – único modo de vida em que há sincera renúncia de toda vaidade e aparência na acepção bíblica da palavra – está literalmente morta para o mundo; deixa de ser uma vida humana, uma vez que já não é vivida entre os homens. (ARENDT, 2007: 189)

Nesta corrente de pensamento, Arendt (2007) diz que “a esfera política resulta diretamente da ação em conjunto, da comparticipação de palavras e atos” (Ibidem; 210). Para Arendt (2007), o povo romano foi o mais político que já existiu; nesta sociedade, o emprego do par das expressões “viver” e “estar entre homens” e “morrer” e “deixar de estar entre homens” (Ibidem; 15) reflete a importância que o convívio em um espaço público tinha para aquela forma de organização política. Neste sentido, a autora aponta que é o discurso que constitui o espaço público, local com potencialidades para o poder. E para a efetivação da ação, segundo a autora, é necessária *a luz* que só existe no âmbito público, já que sem ela, não ocorre a revelação de quem é o sujeito do ato. Sem a revelação do sujeito por meio do discurso, por sua vez, a ação passa a ser apenas um meio de se atingir um fim, perdendo seu significado.

Na definição da palavra, ainda, Arendt (2007) apresenta o significado de agir como tomar a iniciativa, iniciar, imprimir movimento a alguma coisa. Assim, “é da natureza do início que se começa algo novo, algo que não pode ser previsto a partir de alguma coisa que tenha ocorrido antes” (Ibidem; 190). Porém, a autora propõe que a ação só acontece se acompanhada de um agente do ato que somente assim pode sê-lo se for o autor das palavras.

A ação que ele (autor) inicia é humanamente revelada através das palavras; e, embora o ato possa ser percebido em sua manifestação física bruta, sem acompanhamento verbal, só se torna relevante através da palavra falada na qual o autor se identifica, anuncia o que fez, faz e pretende fazer”. (Ibidem, 191).

A partir das definições acima, ao aplicá-las no território das mídias sociais, enxerga-se uma problemática devido a dois fatores. Primeiro, nestas ferramentas da internet, embora a premissa seja da máxima interação entre os usuários, estes não estabelecem uma relação que se dá no convívio interpessoal, já que esta troca é mediada por aparatos tecnológicos que, no caso, são os computadores e/ou dispositivos móveis. Assim, como Arendt (2007) trabalha com a exigência de que ação e discurso precisam se

dar em conjunto para a existência da política, trabalha-se com mais uma hipótese para formação de outra barreira que impediria a classificação das mídias sociais como formadoras de um espaço público, já que, nessas ferramentas, nem sempre o ato e o discurso estão juntos.

Além disso, outra hipótese que se relaciona com as ideias apresentadas acima é a de que, por possuírem um caráter promissor de interação e por de fato permitirem a comunicação entre os indivíduos de uma maneira que o paradigma espaço/tempo não mais faz diferença neste processo, as mídias sociais acabam por dificultar que os indivíduos se encontrem. Tal aspecto contribuiria para a não formação de uma massa unida, no sentido político, em torno de uma mesma causa, o que fragilizaria ainda mais o espaço público. Assim, conforme colocado por Bauman (2001), os homens se inserem num contexto em que “técnicas permitem que o sistema e os agentes livres se mantenham radicalmente desengajados e que se desencontrem em vez de encontrar-se” (Idem; 12). Desta forma, observa-se que as ferramentas de interação, ao mesmo tempo em que se propõe a facilitar os contatos, permitem que os indivíduos se desconectem facilmente, possibilitando o desencontro, o que inviabilizaria a ação política entre os homens, conforme premissa apresentada por Arendt (2007) de que a condição para toda forma de organização política se dá quando os homens agem e falam em conjunto.

A segunda questão se dá pelo caráter de invisibilidade que está impresso no ciberespaço, uma vez que a identidade dos internautas pode não ser revelada, ou, até mesmo, ser inventada, não permitindo a revelação de um sujeito dos discursos. Então, como colocado por Arendt (2007), já que a ação depende do discurso e da enunciação do sujeito das palavras, nesses canais de comunicação da atualidade, ela seria impedida de se concretizar. Além disso, o fato da fragilidade de se determinar as mídias sociais como um espaço público, conforme tratado no primeiro capítulo, não possibilitaria a revelação dos sujeitos dos discursos, uma vez que, para Hannah Arendt, tal processo só se dá sob a luz do espaço público.

Não sem razão, a autora propõe, ainda, que a reunião de homens em um espaço público implica a existência do poder de maneira que

O poder só é efetivado enquanto a palavra e o ato não se divorciam, quando as palavras não são empregadas para velar intenções, mas para revelar realidades, e os atos [...] para criar relações e novas realidades. (ARENDT, 2007: 213).

Assim, de acordo com esta mesma autora, o poder existe quando os homens agem juntos e desaparece quando a massa se dispersa, sendo o poder, fator que permite que os homens se mantenham unidos após o momento breve do ato. Portanto, a convivência entre os indivíduos se torna fundamental para a manutenção do poder. Ainda, como defende Sloterdijk (2002), “massas que não se reúnem mais efetivamente tendem com o tempo a perder consciência de sua potência política. Elas não sentem mais como antes sua força de combate, o êxtase de sua confluência e de seu pleno poder de exigir e tomar de assalto, como nos tempos áureos dos ajuntamentos e concentrações” (SLOTERDIJK, 2002: 22).

Em relação às mídias sociais e à ideia que Peter Sloterdijk (2002) trabalha em “O Desprezo das Massas”, tem-se que, conforme apontado pelo autor, as massas se emanciparam da “reunião física num local comum a todos” (Idem; 20). Sloterdijk (Ibidem) explica que as massas passaram a participar de programas de meios de comunicação de massa. Neste sentido, vale dizer que os homens passaram a participar também das mídias sociais? Explicita-se este fato, já que como proposto pelo autor, as massas da sociedade pós-moderna não se orientam mais “pelas suas próprias experiências corporais”, ou seja, no convívio social, de modo que

A massa não reunida e não reunível na sociedade pós-moderna não possui mais, por essa razão, um sentimento de corpo e espaço próprios; ela não se vê mais confluir e agir, não sente mais sua natureza pulsante; não produz mais um grito conjunto [...] Seu estado corresponde ao de um grupo gaseiforme, cujas partículas oscilam cada uma por si em espaços próprios, com respectivas cargas próprias de força de desejo e negatividade pré-política”. (SLOTERDIJK, 2002: 21)

Ao trazer tal reflexão para o contexto das mídias sociais, desprende-se a ideia de que tais ferramentas da internet estariam impedindo a reunião dos indivíduos, fazendo com que o ajuntamento perca sua potencialidade de poder, já que não se utiliza do convívio social, face a face, para efetivar a ação. Além disso, a própria dinâmica destes canais de comunicação também contribui para esta condição, citada por Sloterdijk (2002), de que a massa não possui mais “sentimento de corpo e espaço próprios”, já que, como discutido no capítulo anterior, a velocidade com que o ciberespaço flui e seu, conseqüente, tempo instantâneo contribuem para a fragilização do espaço em um movimento de desterritorialização.

Foi provavelmente esse tipo de espaço – cibernético – que Paul Virillio tinha em mente quando escreveu que, se a famosa afirmação de Francis Fukuyama sobre o fim da história é prematura, podemos falar pelo menos

no fim da geografia. Espaço é a porção de tempo necessária para superá-lo e, quando a velocidade do movimento de capitais e informação equivale à do sinal eletrônico, a superação da distância é praticamente instantânea e o espaço perde sua “materialidade” [...] A localidade é desvalorizada nesse processo. [...] Do mesmo modo a informação – o que é simbolicamente representado pelas taxas “locais” iguais que pagam os que recebem informação de qualquer web mundial, seja ela produzida na casa pegada ou do outro lado do planeta. Nos dois casos, a localidade perde o privilégio da comunicação direta, face a face (BAUMAN, 2000: 125).

Desta maneira, como defendido por Bauman (2007), uma vez que o espaço político continua sendo o físico, geográfico e se tem que o ciberespaço, local em que se inserem as mídias sociais, abole o espaço físico ou o neutraliza, a internet

Torna os integrantes das classes cultas pessoas sem território e fora do alcance daqueles que lhes são próximos no espaço físico, ao mesmo tempo em que lança o alicerce tecnológico de outro universo, um universo virtual que aproxima os membros da classe culta. Na qualidade de homens e mulheres de saber, eles habitam o ciberespaço, no qual as distâncias são medidas por padrões inteiramente diferentes daqueles usados no espaço geográfico comum; no ciberespaço criam-se pistas independentes das rotas seguidas pelos outros e a sinalização é disposta de maneira apenas, quando muito, superficial”. (BAUMAN, 2000: 129)

Assim, os indivíduos, até aqueles que detêm o saber, perdem o território como referência de local de luta, não se conscientizando, então, do poder de ajuntamento que este espaço público possui. Tal problemática se soma ainda ao que Bauman (2000) apresenta como sendo uma dificuldade que os indivíduos da sociedade em rede possuem, isto é, de não ter um sentimento de pertencimento a um lugar ou grupo, já que os homens parecem não pertencer inteiramente a nenhum grupo por estarem sempre se conectando e interagindo com várias outras comunidades e pessoas.

Tal questionamento parte do princípio de que os indivíduos estariam se acomodando dentro deste universo das mídias sociais e achando que aquilo que fazem dentro destas ferramentas seria suficiente para provocar mudanças na realidade que incomoda. Este efeito de acomodação estaria gerando, então, uma mudança nas formas de relacionamentos interpessoais entre os indivíduos que passam a não mais se encontrar em trocas face a face, um dos requisitos básicos e fundamentais, segundo Arendt (2007), para a construção de um espaço público, já que a ação ocorre impreterivelmente na presença de outros homens. Assim, uma vez que não existe relação interpessoal, como os indivíduos formariam redes sociais de fato para, a partir daí, ter a percepção de um bem comum?

Além desses fatores, quando Sloterdijk (2002) caracteriza a massa como “um grupo gaseiforme, cujas partículas oscilam cada uma por si em espaços próprios” (Ibidem; 21), tal reflexão está em consonância com a tendência individualista não só determinante do sistema capitalista vigente, como também de como as relações se dão hoje. Além disso, pode-se resgatar do primeiro capítulo deste estudo a invasão do espaço público por assuntos privados, o que corrobora e reafirma esta corrente de valorização do *eu*, que se observa na sociedade hoje e, principalmente, na maioria dos assuntos discutidos nas mídias sociais. Do mesmo modo, Bauman (2000) só vê a possibilidade de que ideias se transformem em “bem-público” e “valores partilhados” no espaço público, de forma que “não se veem em lugar nenhum espaços capazes de substituí-los”. (BAUMAN, 2000: 11)

Ao se retomar o contexto do discurso e sendo este fator imprescindível para a revelação da singularidade de um indivíduo e, portanto, para sua distinção dentre outros homens conforme explicitado por Arendt (2007), entende-se porque, segundo Foucault (1998), o discurso é objeto de poder. De acordo com o autor, discurso é aquilo do que os indivíduos querem se apoderar, já que “discurso [...] não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é objeto do desejo”. (FOUCAULT, 1998: 10) Tal ideia é corroborada por Arendt (2007) quando a autora diz que o homem se torna um animal político a partir do discurso que, sempre que adquire caráter relevante, torna a questão política, além de considerá-lo meio pelo qual os homens têm como se distinguir-se de outros.

Porém, para Foucault (1998), em toda sociedade o discurso é selecionado, organizado e controlado. Assim, isto não se dá de maneira diferente nas mídias sociais. Embora estas ferramentas carreguem consigo a sensação de que qualquer pessoa pode produzir conteúdo e que tudo pode ser exposto na rede, na prática, este processo não se dá assim. Conforme expresso por Foucault (ibidem) e, não diferentemente ocorre nestes canais de comunicação, não são todas as pessoas que podem falar tudo o que desejam nestes espaços, já que “Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa”. (FOUCAULT, 1998: 9). Tal processo se dá pelo que o autor chama de rarefação do discurso que também se faz presente no território das mídias sociais, visto que, como revela o autor: “Mesmo na ordem do discurso verdadeiro, mesmo na ordem do

discurso publicado e livre de qualquer ritual⁷, se exercem ainda formas de apropriação de segredo e não-permutabilidade”. (FOUCAULT, 1998: 40)

Tanto existe este poder coercitivo nas mídias sociais que o próprio Facebook, por exemplo, possui um recurso que permite que outros usuários denunciem algum perfil que contenha conteúdos que julguem serem inapropriados, inadequados ou de caráter preconceituoso. Neste sentido, uma vez que Hannah Arendt (2007) considera que o homem só pode ser livre no espaço público e estas comunidades online não permitem que os indivíduos sejam de fato livres, já que o discurso proferido pode ser censurado, estas ferramentas de comunicação ficariam impossibilitadas de serem classificadas como um espaço público. Como também propõe Bauman (2000), uma vez que o indivíduo só pode ser realmente livre na coletividade, contexto em que se livra das paixões e desejos pré-humanos, hoje, “a liberdade que de fato existe é definida como a ausência de restrições impostas por uma *autoridade política*”. (BAUMAN, 2000: 78)

Conforme Foucault (1998) propõe, ainda, os pensamentos dos indivíduos podem se tornar visíveis pelas palavras, já que as estruturas da Língua permitem a produção de um efeito de sentido, visto que “Na sua relação com o sentido, o sujeito fundador dispõe de signos, marcas, traços, letras. Mas para manifestá-los, não precisa passar pela instância singular do discurso”. (FOUCAULT, 1998: 47) Assim, não são todos os conteúdos compartilhados nestas ferramentas que podem ser considerados discursos, já que muitos, senão a maioria, estão, na verdade, na ordem daquilo que é dito, mas carecem de um significado. Uma vez que as pessoas podem produzir conteúdos e produzir efeito de sentido, como observa Foucault (1998), mas sem passar pela ordem do discurso, tem-se a produção de enunciados vazios de significado, já que

Quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade da consciência de si [...] O discurso se anula, assim, em sua realidade, inscrevendo-se na ordem do significante. (FOUCAULT, 1998: 49)

⁷ Segundo Foucault, o ritual do discurso é o que “define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam [...] define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar o discurso; fixa, enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aqueles aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção”. (FOUCAULT, 1998: 39)

A partir das ideias explicitadas acima, apreendem-se três pontos que contribuem para a “impossibilidade” de transformação das mídias sociais em espaços públicos. O primeiro deles seria o fato dessas ferramentas serem marcadas por uma *não-ação*, já que o ato, pela definição de Arendt (2007), depende do convívio social feito face a face. Alinhado a isto, está a circunstância de que estes canais de comunicação seriam marcados por conversas e ideias postas em palavras, assim como imagens que fogem à ordem do discurso, conforme aquela definida por Foucault (1998). O terceiro aspecto seria o da questão de que, nestes espaços, que possuem uma suposta liberdade para os indivíduos, existem sim mecanismos de controle que limitam o que o indivíduo pode ou não manifestar nestes locais online.

Somados a isso, tem-se as questões já discutidas nos outros capítulos que se referem à invasão de assuntos do âmbito privado na suposta esfera pública das mídias sociais e os prejuízos que tais formas de publicização do indivíduo acarretam para o contexto, além dos aspectos característicos das dinâmicas destes canais como instantaneidade, velocidade e possibilidades para os usuários, além da transformação espaço temporal.

Esses aspectos contribuiriam para o que Bauman (2000) propõe sobre a web e, portanto, as mídias sociais que nela se inserem, isto é, só admitem pedaços do mundo fragmentados de modo que os devolve “depois ao mundo exterior numa forma abstrata devidamente processada” (BAUMAN, 2000: 135), pois sendo as mídias sociais um espaço de distribuição livre de conteúdo, no sentido da produção ilimitada de informações, de compartilhamento desses em um processo de multiplicação de dados, é natural que os indivíduos se dispersem.

Ao pregar o tempo instantâneo e a fugacidade na transmissão de conteúdos e informações, a dinâmica destas ferramentas de comunicação faz com que o indivíduo não tenha capacidade de acompanhar a velocidade com a qual a máquina processa esses dados de forma que o internauta não consegue absorver toda a carga informacional que chega até ele. Então, “com o excesso de oportunidades, crescem ameaças de desestruturação, fragmentação e desarticulação” (MICHAUD apud BAUMAN, 2001: 106). Tal ideia está de acordo com o que Baudrillard coloca como sendo um processo em que “a informação devora a comunicação e o social, sem produzir verdadeiramente sentido” (BAUDRILLARD apud SODRÉ, 1999: 50), pois como indica Sodré (1999), vive-se em

um momento em que se dispõe de toda “uma ideologia comunicacional que prega a maximalização da palavra ou da produção ‘livre’ de imagens” (SODRÉ, 1999: 53).

Embora se veja nas mídias sociais reuniões de usuários que tentam mover grupos em torno de causas, ou em busca de mudanças por meio de abaixo-assinados e manifestações que tentam trazer as pessoas do mundo online para o espaço público de fato, tais “ações” não seriam uma tendência de uma sociedade que, mesmo imobilizada dentro dessas ferramentas virtuais, negando a potencialidade de se unirem no espaço político, ainda possuem uma consciência crítica? Como propõe Bauman (2001), “nossa sociedade – uma sociedade de ‘indivíduos livres’ – fez da crítica da realidade, da insatisfação com ‘o que está aí’ e da expressão dessa insatisfação uma parte inevitável e obrigatória dos afazeres da vida de cada um de seus membros” (BAUMAN, 2001: 31). Quando se observa, na cotidianidade, os temas e assuntos que reverberam nas mídias sociais, percebe-se que, na maioria dos casos, os usuários estão reclamando de algum serviço, de algum tema que se relaciona à política ou comentando sobre algum tema que caiu na opinião pública. No entanto, ao citar Giddens, Bauman (2001) propõe os motivos pelos quais tais processos ocorrem na sociedade atual de forma que

Somos seres reflexivos [...] no entanto, essa reflexão não vai longe o suficiente para alcançar os complexos mecanismos que conectam nossos movimentos com seus resultados e os determinam, e menos ainda as condições que mantêm esses mecanismos em operação. Somos talvez mais “predispostos à crítica”, mais assertivos e intransigentes em nossas críticas, que nossos ancestrais em sua vida cotidiana, mas nossa crítica é “desdentada” (GIDDENS apud BAUMAN, 2001: 31).

Desprende-se da análise deste fragmento e de sua aplicação no caso das mídias sociais que, uma vez carentes dos mecanismos que possibilitariam aos indivíduos chegarem à ação política de fato, as críticas que se fazem nesses canais de comunicação não conseguem chegar às raízes de um problema que está para além do território online. Ou, como argumenta Bauman (2000), em alguns momentos, observa-se na sociedade, e não diferentemente ocorre nas mídias, momentos em que a maioria dos indivíduos se rebelam ou se mobilizam em torno de um assunto. Mas, para o autor, estes comportamentos não passariam de momentos de extravasão que rapidamente perdem força quando as oportunidades para se extravasar passam e os indivíduos retornam para os fatos dos seus cotidianos.

Oportunidades de extravasão surgem por vezes em festivais de compaixão e caridades, às vezes em eclosões de agressão acumulada contra um inimigo público recém-descoberto (isto é, contra alguém que a maior parte do público identifica como inimigo pessoal), outras em um acontecimento no qual a maioria das pessoas se sente fortemente envolvida ao mesmo tempo e que, portanto, sincroniza sua alegria (BAUMAN, 2000: 11).

A mesma percepção desses momentos de extravasão é de Slortedijk (2002) quando o autor propõe que com o passar do tempo a massa, em seu estado degradado, perde o sentido ao recorrer para o lado “impulsivo, infecciosamente borbulhante” (SLORTEDIJK, 2002: 21).

Neste sentido, a única maneira que Bauman (2001) enxerga para que esse processo se interrompa e se transforme em um processo que tenha ação política efetiva depende da ágora. No entanto, o problema que o autor encontra neste processo que buscaria retomar o espaço público é a forma como as esferas público e privada se comportam hoje. Assim, se existe a possibilidade de as mídias sociais se tornarem espaços públicos, como alguns já dizem que ela já o é, não seria necessário que os indivíduos repensassem o uso do qual fazem dela ao utilizarem suas ferramentas para exporem suas vidas privadas?

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho buscou-se refletir sobre a existência de um espaço público no contexto das mídias sociais. A partir das hipóteses lançadas, percebe-se que talvez ainda seja cedo para classificar estas ferramentas de comunicação como um espaço público, pelo menos se pensarmos a partir das definições de esfera pública e ação política propostas por Arendt (2007). Além disso, nota-se que a revolução nos modos de interação, relacionamento entre indivíduos e percepções acerca das possibilidades que essas ferramentas de comunicação possuem ainda são muito recentes para tratarmos das consequências e implicações que elas possam vir a ter para a sociedade.

Buscou-se delimitar, a partir do cenário atual, o território de ação das mídias sociais, no sentido de que se defendeu que elas permitem, em alguns casos, a mobilização dos indivíduos em torno de determinadas causas, mas que, independente disso, a ação política de fato se remete ao espaço público para se efetivar. Assim, conclui-se que, em alguns casos, as mídias sociais têm papel fundamental para auxiliar a disseminação de informações e acontecimentos para a opinião pública, porém, a ação que se dará a partir disso, é efetivada em um contexto em que as pessoas mantêm relações interpessoais face a face, ou seja, em espaços públicos de fato.

De todos os aspectos para construção de hipóteses que contribuiriam para a criação de barreiras que impediriam a determinação das mídias sociais como sendo um espaço público de fato, observa-se que se podem destacar algumas que, hoje, manifestam-se mais claramente como pontos sensíveis. Tem-se hoje uma dificuldade para diferenciar, nas mídias sociais, conteúdos que dizem respeito à esfera privada e temas que se referem ao espaço público. Outro fator que merece destaque como forte argumento de que as mídias sociais carecem de uma consistência para serem classificadas como possível espaço público diz respeito à forma como a interação entre os indivíduos ocorre nesses espaços. Se para Arendt (2007), a ação e a política dependem do contato face a face para caracterizarem um espaço público, como determinar que o universo online dessas ferramentas de comunicação faz parte de um espaço público, uma vez que, nelas, o contato entre os indivíduos acontece mediado por aparatos tecnológicos?

Além desses dois fatores, tem-se o fato de que o espaço das mídias sociais pode ser caracterizado como um local em que se torna fácil a distração e a desconcentração devido às infinitas possibilidades de informações que se tem nestes ambientes online. Assim, é

difícil para o usuário se concentrar em determinado tema, já que a todo tempo ele é bombardeado por novas informações e convidado a participar de novas discussões.

Embora conclua-se que tais condições determinadas às mídias sociais as impediriam de serem classificadas como um espaço público, como aquele definido por Arendt (2007) e sustentado por Bauman, percebe-se que também seria prematuro dizer que as mídias sociais não possuem potencialidades políticas. Em diversos casos, as mídias sociais já se mostraram relevantes para manifestações e mobilizações, mesmo que não tenham sido o palco da ação política. Assim, não foi objetivo deste trabalho diminuir a importância e o impacto que estas ferramentas têm para a sociedade hoje, já que se reconhece o uso delas com sucesso em determinadas situações.

Acredita-se, inclusive, que para uma melhor contextualização, entendimento e esclarecimento deste assunto, ele não poderia se limitar aos capítulos aqui construídos, já que o tema ultrapassa o âmbito possível de um trabalho de graduação. Porém, o questionamento aqui apresentado poderia ser enriquecido com discussões que envolveriam a questão do espetáculo, o tema referente às implicações das simulações e simulacros, bem como o que se refere à identidade e representações sociais.

Não se pretendeu, nestas reflexões apresentadas, determinar que não haja chance das mídias sociais se tornarem espaços públicos. Ao contrário, acredita-se que, com todas as possibilidades que elas abrem, seria possível que essas fossem usadas de maneira muito mais eficaz no que diz respeito à ação e à política.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros e artigos:

ARENDT, Hannah. “A condição humana”. Tradução: Roberto Raposo. 10ª Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. “Vida líquida”. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BAUMAN, Zygmunt. “Modernidade Líquida”. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BAUMAN, Zygmunt. “Em busca da política”. Tradução: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

BOCCHINI, Lino. “Mobilização e protesto nas redes”. In: BRAMBILIA, Ana (org.). “Para entender as mídias sociais 2”. Salvador, BA: Edições VNI, 2012.

FOUCAULT, Michael. “A ordem do discurso”. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio. 4ª Ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

LÈVY, Pierre. “O que é o virtual?”. Tradução: Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

MÍDIA DADOS BRASIL 2012. Grupo de Mídia São Paulo. São Paulo, 2012.

RÜDIGER, Francisco. “Elemento para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias de comunicação”. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SIBILIA, Paula. “O show do eu: a intimidade como espetáculo”. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SLOTERDIJK, Peter. “O desprezo das massas: ensaio sobre lutas culturais na sociedade moderna”. Tradução: Claudia Cavalcanti. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

SODRÉ, Muniz. “Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos”. 3ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

TARGA, Renato. “Redes e Comunidades”. In: BRAMBILIA, Ana (org.). “Para entender as mídias sociais 2”. Salvador, BA: Edições VNI, 2012.

Websites:

DIÁRIO LIBERDADE.

http://www.diarioliberalidade.org/index.php?option=com_content&view=article&id=16682:entrevista-ao-filosofo-frances-paul-virilio&catid=99:batalha-de-ideias&Itemid=113

IBOPE. <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Sites-de-busca-portais-e-redes-sociais-foram-os-mais-acessados-no-ultimo-mes.aspx>

IBOPE. <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Numero-de-brasileiros-com-acesso-a-internet-chega-a-83-milhoes-de-pessoas.aspx>

OPERA MUNDI.

<http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/18943/redes+sociais+foram+o+combustivel+para+as+revolucoes+no+mundo+arabe.shtml>